**Inovação aberta é incentivada no Brasil**

*Camila Fusco*

*Com o apoio da internet, empresas buscam ideias entre estudantes para complementar as pesquisas internas*

*Prêmios e possibilidade de contratação motivam universitários de todo o país a participar de batalhas de inovação*

A crise de crédito que assolou os mercados mundiais no fim de 2008 fez o engenheiro Armando Theodoro, 47, repensar os negócios.

Sócio da Steel Rocket, do ramo de antecipação de recebíveis, com movimentação mensal de R$ 3 milhões e 60 clientes, o executivo viu os riscos da empresa subirem rapidamente. "Percebemos que, embora capitalizados, seria importante diversificar os negócios", afirma.

Passados quase 20 meses desde o início da análise, Theodoro ainda não tomou uma decisão. Mas, em vez de contratar uma consultoria, decidiu apelar a cerca de 4.500 universitários, que vão trabalhar para ele ao longo dos próximos quatro meses.

"O objetivo é buscar boas ideias para a criação de um plano de negócios", diz.

A Steel não abriu nenhuma contratação em massa. Ela faz parte de um grupo crescente de empresas brasileiras que apostam na inovação aberta para resolver questões internas.

Em troca de boas ideias, colhidas principalmente pela internet, propõem prêmios- como os R$ 15 mil oferecidos pela Steel.

Na lista de entusiastas do modelo estão desde empresas de pequeno porte até gigantes como Tecnisa, AmBev, Phillips e Whirlpool.

**MODELO INTERNACIONAL**

Adotada por centenas de companhias nos EUA, como Procter&Gamble, a inovação aberta começa a ser testada por aqui por duas vertentes principais.

A primeira é a dos portais próprios como o Tecnisa Ideias, portal da construtora que estreia nos próximos dias para colher sugestões dos internautas em oito áreas, de arquitetura até sustentabilidade.

"É uma iniciativa de relacionamento que trará boas ideias para os negócios", diz Romeo Busarello, diretor de internet da Tecnisa.

Essa é a quarta iniciativa de inovação aberta da Tecnisa, que começou a receber contribuições para seus projetos em comunidades do Orkut, em 2009. Na ocasião, recebeu 220 colaborações sobre adaptações nos apartamentos para consumidores da terceira idade e poderá aplicá-las nos futuros empreendimentos.

**APOIO UNIVERSITÁRIO**

Outra vertente são os centros de ideias, como o portal Battle of Concepts (BoC).

De origem holandesa e tendo a consultoria TerraForum como sócia, o portal criou uma base com estudantes de cerca de 80 universidades que devem resolver questões propostas por seus clientes, entre eles Usiminas, Natura e Ambev.

"É feito um trabalho de pesquisa sobre as necessidades do cliente e em que áreas. A partir daí a tarefa é postada no site", afirma Hans Hellemondt, sócio do BoC.

Pelo trabalho, a consultoria cobra a partir de R$ 20 mil. Aos estudantes, os prêmios oferecidos, em média, são de R$ 15 mil.

**COLABORAÇÃO**

Embora sirvam de um imenso laboratório de tendências, iniciativas de inovação aberta não devem ser interpretadas como uma forma de cortar custos internos com pesquisa e desenvolvimento.

"Dificilmente uma ideia vai gerar um projeto pronto; é missão das empresas refiná-las", diz José Cláudio Terra, sócio da TerraForum.

Da mesma forma, especialistas alertam para as fronteiras que devem ser respeitadas pelo modelo, para não ser usado como fonte de mão de obra barata.

"O relacionamento saudável gera conhecimento, não um produto específico", diz Guilherme de Lima, vice-presidente da Associação Nacional de Pesquisa, Desenvolvimento e Engenharia das Empresas Inovadoras (Anpei).

**Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 15 ago. 2010, Mercado, p. B7.**